

Terrorismustrends: Jihadistische Propaganda auf sozialen Medien im deutschsprachigen Raum

Hacker, Erik; Pisoiu, Daniela

Veröffentlichungsversion / Published Version
Stellungnahme / comment

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hacker, E., & Pisoiu, D. (2020). *Terrorismustrends: Jihadistische Propaganda auf sozialen Medien im deutschsprachigen Raum*. (Kurzanalyse / Österreichisches Institut für Internationale Politik, 7). Wien: Österreichisches Institut für Internationale Politik (oiip). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-71196-1>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

7 / Dezember 2020

Terrorismustrends: Jihadistische Propaganda auf sozialen Medien im deutschsprachigen Raum

Erik Hacker und Daniela PisoIU



Kurzanalyse verfasst im Rahmen der Kooperation mit dem Bundesministerium für Landesverteidigung

Zusammenfassung

Soziale Medien spielen für Propagandazwecke eine entscheidende Rolle. Terroristische und extremistische Organisationen haben diesen Umstand längst erkannt und ihre Aktivitäten in diesem Bereich professionalisiert. Der vorliegende Text befasst sich mit der Online-Welt der Dschihad-Subkultur rund um den Wiener Attentäter und gibt einen Einblick in ihre Diskurse und Ästhetik. Mit dem Niedergang des Kalifats hat sich ein Großteil der Jihad-Aktivitäten des IS ins Internet verlagert. Auch das Projekt des Kalifats selbst entfernt sich langsam von der Realität eines „Staates“ und bekommt den Charakter einer Utopie. Das führt dazu, dass im Kontext der gesamten IS-Propaganda die Aktivitäten von Sympathisanten in Europa ein größeres Gewicht bekommen, auch wenn sich FTFs (foreign terrorist fighters) weiterhin vor Ort in Syrien und im Irak befinden. Das heißt auch, dass die Ereignisse in Europa und die Debatten, die hier geführt werden, stärker von der IS-Propaganda aufgegriffen werden. Gleichzeitig wird weiterhin Überzeugungsarbeit zum Zweck der Auswanderung und des Aufbaus des utopischen Staates geleistet. Die katastrophalen Zustände in den Gefangenenlagern werden zur Mobilisierung von Kämpfern instrumentalisiert. Nach Analyse der Online-Aktivitäten werden abschließend in einem Fazit konkrete Handlungsempfehlungen eruiert.

Keywords:

Jihadismus, Terrorismus, Propaganda, soziale Medien, Islamischer Staat

AutorInnen:

Dr.in Daniela Pisoiu ist Senior Researcher am Österreichischen Institut für Internationale Politik. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören: Terrorismus, Radikalisierung, Extremismus, Vergleichende Regionale Sicherheit, Amerikanische und Europäische Außen- und Sicherheitspolitik.

Erik Hacker, LL.M. ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Österreichischen Institut für Internationale Politik. Er studierte Politikwissenschaft (B.A.) an der Universität Wien und Law and Politics of International Security (LL.M.) an der Vrije Universiteit Amsterdam. Seine Forschungsschwerpunkte sind: Terrorismus und Radikalisierung, Rechtsextremismus und Jihadismus, Drohnen in Antiterrorismus und humanitäres Völkerrecht

Impressum:

Österreichisches Institut für Internationale Politik – oiip,
1090 Wien, Berggasse 7, www.oiip.ac.at, info@oiip.ac.at
Copyright © 2020

Soziale Medien spielen für Propagandazwecke eine entscheidende Rolle. Terroristische und extremistische Organisationen haben diesen Umstand längst erkannt und ihre Aktivitäten in diesem Bereich professionalisiert. Die audiovisuellen Produktionen des Islamischen Staates haben ein beispielloses Qualitäts- und Quantitätsniveau erreicht. Um die Resonanz beim westlichen Publikum zu gewährleisten, haben sie audio-visuelle Elemente aus der westlichen Popkultur übernommen, darunter Filme, Memes und Videospiele. Darüber hinaus haben Multiplikatoren und Sympathisanten sowohl zur Verbreitung als auch zur zusätzlichen Produktion von Propagandamaterial beigetragen, welches sich aufgrund der Dynamiken sozialer Medien quer durch alle Länder Europas viral verbreitet.

Der jüngste Angriff in Wien verdeutlicht, welche enorme Relevanz die Realität in sozialen Netzwerken für Radikalisierungsprozesse aufweist. Der Attentäter wurde online sozialisiert und hat die dort beworbene visuelle und diskursive Praxis übernommen, wie aus seinem Auftreten und einem aufgezeichneten Treueeid hervorgeht. Seine Nachricht enthält keine politische Botschaft im Sinne eines Ziels oder eines konkreten Missstands. Es scheint, als wäre nur die Performance vor der Kamera von Bedeutung.

Der vorliegende Text befasst sich mit der Online-Welt der Dschihad-Subkultur rund um den Wiener Attentäter und gibt einen Einblick in ihre Diskurse und Ästhetik.

Methodologie und Datenerhebung

Das Material wurde aus 11 jihadistischen Kanälen (Twitter, Ask.fm, Instagram, YouTube) erhoben. Der Ausgangspunkt der Datensammlung war die soziale Umgebung des Wiener Attentäters, um dadurch eine Erhebung möglichst relevanter Daten für die österreichische jihadistische Szene zu gewährleisten. Aufgrund der volatilen Struktur extremistischer Kanäle auf sozialen Medien soll diese Auswertung als nicht repräsentativ betrachtet werden. Da extremistische Konten meistens bereits nach einigen Tagen bzw. sogar innerhalb einiger Stunden gelöscht werden, haben öffentliche Kanäle generell eine relativ kleine Leserschaft (200-2000 Abonnenten). Daher erfordern sie entweder die ständige Aufmerksamkeit der LeserInnen, damit diese auch nach mehreren Löschungen den Kanälen folgen können, oder sie sind nicht explizit extremistisch, um so einer Löschung vorzubeugen. Dieser Bericht bezieht sich auf offene jihadistische Quellen (d.h. keine passwortgeschützten Kanäle).

Die Rolle der Ästhetik

Die Propaganda aller Gruppen enthält Zitate aus dem Koran oder von bekannten Ideologen. Die zwei am häufigsten zitierten Prediger sind der ehemalige al-Qaeda Prediger Anwar Al-Awlaki und der ehemalige IS-Sprecher Mohammed Al-Adnani, obwohl beide seit Jahren nicht mehr am Leben sind. Im deutschsprachigen

Raum wird darüber hinaus Ebu Tejma (Mirzad O.) zitiert, wenngleich er in der Szene als eher umstritten gilt und seine Interpretationen des Korans nicht immer auf breite Akzeptanz stoßen. Diese Zitate werden visuell dargestellt und untermauert, was ihre Wirkung erheblich stärkt. Lange Schriften, komplexe ideologische Auseinandersetzungen und reine Textfassungen wären für Jugendliche nicht besonders ansprechend, v.a. wenn anfangs noch wenig Interesse an der Ideologie bzw. Kenntnisse ihrer Doktrinen vorhanden ist. Visuelle Elemente erwecken Interesse und bilden eine Brücke zu den ideologischen Inhalten; darüber hinaus vermitteln sie Emotionen, die motivierend wirken können. Zudem fügen visuelle Elemente eine zusätzliche Bedeutung zu den Texten hinzu und können dadurch die Auswirkung eines Beitrages nicht nur verstärken, sondern sogar wesentlich verändern. Aus diesem Grund kann zeitgenössische Propaganda von Extremisten nur als ein Gesamtprodukt betrachtet bzw. analysiert werden, da die visuelle Inszenierung neben dem Text selbst ein ebenso wichtiger Teil der Botschaft ist.

Die häufigsten jihadistischen Narrative

Im Folgenden werden die fünf verbreitetsten Narrative der ausgewerteten deutschsprachigen jihadistischen Kanäle nach Häufigkeit geschildert und inklusive ihrer visuellen Darstellung kurz analysiert.

Narrativ #1

Am häufigsten kommt in den letzten Jahren das traditionelle extremistische Motiv vor, in dem versucht wird, die Weltgesellschaft als zwei Pole vereinfacht darzustellen: die Gläubigen und die Ungläubigen. Außer diesen zwei Kategorien existiere nichts und die LeserIn wird aufgefordert, die eine oder die andere Seite zu wählen:

“Ob du willst oder nicht, du wirst Stellung beziehen müssen. Mit Wort und Tat.”

Zusätzlich wird im Zuge dessen ein Weltbild kreiert, in dem Muslime bzw. der Islam Opfer unterschiedlicher Verbrechen sind. Allerdings werden nicht alle Muslime als Gläubige akzeptiert. Saudi-Arabien, die Golfstaaten und auch die Türkei werden als Apostaten dargestellt, und gelten damit als Feinde. Die Gründe dafür sind die “Verwestlichung der Gesellschaft” in Saudi-Arabien (z.B. keine Geschlechtertrennung, Abhaltung von Konzerten, Kooperation mit Israel) und der Schutz der “Kufr Verfassung und Gesetze” durch türkische Soldaten. Die Differenzierung zwischen Gläubige und Ungläubige wird daher auf ideologischer Basis getroffen, wodurch die eigene Gruppe als unterdrückte Minderheit angesehen wird, die trotz all dieser Nachteile heldenhaft kämpfe. Ein Zitat bringt dieses Motiv auf den Punkt:

“Die gesamten Kreuzfahrer bildeten eine globale Koalition zur Bekämpfung des Islam unter dem Deckmantel des Krieges gegen den Terror. Und sie starteten Medienkampagnen, um den

Islam und seinen Propheten ﷺ bekämpfen. Muslimische Länder sind unter Beschuss und ihr Prophet wird beleidigt, ihre Moscheen werden bombardiert und ihre Frauen nehmen ihren Hijab mit Gewalt ab“

Diese Erzählung wird von Videos und Bildern von militärischen Einsätzen untermauert, die die ursprüngliche Botschaft, dass die Umma bzw. der Islam unter schwerem Angriff steht, glaubhaft machen bzw. verstärken. Das Videomaterial zeigt überwiegend Frauen und Kinder als unschuldige Opfer, die verteidigt werden müssen. Dieses Narrativ wird dadurch großteils mit einer Aufforderung zu bzw. einer Rechtfertigung des Jihads verbunden und steht im engen Zusammenhang mit dem zweiten und dritten Narrativ (siehe unten):

“Schlägst du zu, dann schlage mit Kraft zu. Denn das, was du den Feinden zufügst, ist ein Trost für die Herzen und Augen der Unterdrückten.“

Narrativ #2

Der IS hat den Großteil des von ihm kontrollierten Territoriums ab 2015 verloren. Infolgedessen wurden zahlreiche IS-Mitglieder (darunter auch ÖsterreicherInnen) verhaftet, die sich zum Teil bis heute in unterschiedlichen Gefängnissen bzw. Lagern in Syrien und im Irak befinden. Diese Situation wird von Jihadisten intensiv thematisiert, wobei die Erzählung stark das Leid dieser „Brüder, Schwestern und Kinder“

fokussiert. In diesem Kontext wird oft über die Alltagsgeschichten aus unterschiedlichen Camps berichtet, mit einem Fokus auf den schlechten Umgang der PKK-Soldaten mit den Gefangenen, v.a. im Bezug auf Vergewaltigungen. Darüber hinaus werden christliche Frauen in einen negativen Kontext gestellt, da sie IS-Frauen keinen Zugang zu Waisenkindern gestatten. Ein Zitat, das derzeit auch im Zuge der Beleidigung des Propheten überall im Netz geteilt wird, schildert die vorgesehene Rolle der Kinder im Jihad genauer:

“Der Bischof verweigerte erneut und fing an den Propheten ﷺ schmähen. Als gleich die Kinder dies hörten, stürmten sie auf ihn los und schlugen auf ihn mit den Stöcken ein, bis dieser starb. Als diese Nachricht ‘Umar رضي الله عنه’ erreichte freute er sich - bei Allah - über keinen Sieg und keine Kriegsbeute mehr als über diese Kinder, die den Bischof töteten. Und er sagte: Jetzt wurde der Islām geehrt, (durch) kleine Kinder, welche hörten wie ihr Prophet ﷺ geschmäht wurde und deshalb erzürnten und sich rächten.“

Neben der Spendensammlung und der Mobilisierung für den Jihad werden in diesen Nachrichten Informationen über inhaftierte Jihadisten verbreitet, um so ihren Angehörigen und Freunden Auskunft geben zu können. Dabei werden persönliche Daten wie Fotos, das Geburtsdatum, der Geburtsort und der Standort, an dem sich die Person zurzeit befindet, angegeben.

Auch diese Erzählung wird sehr stark visuell eingebettet mittels Videos und Bildern aus den Lagern, die die schlechten Bedingungen dramatisch darstellen. Gleichzeitig wird die ideologische Überzeugung der Inhaftierten sichtbar gemacht, v.a. wenn es die 'Generation Jihad' betrifft, indem Kinder als Kämpfer inszeniert werden oder Gruppen von Frauen mit dem nach oben gerichteten Zeigefinger posieren, um damit ihre Unterstützung für den IS zum Ausdruck zu bringen.

Wie auch bei der ersten Botschaft ist die zweite Narrativform an Mobilisierung gebunden. Diese Beiträge appellieren an die Pflicht aller Muslime, die Gefangenen mit allen möglichen Mitteln – sogar mit dem Opfern des eigenen Lebens – zu befreien bzw. zu unterstützen:

“Wenn alle Muslime ihren Reichtum ausgeben müssen, um einen einzelnen Muslim aus der Gefangenschaft zu befreien, so ist es Wājib (Pflicht), dies zu tun.”

Einerseits werden durch diese Darstellung Spenden (wenngleich ausschließlich in der Form von Bitcoins) mit dem Versprechen gesammelt, dass das Geld an die bedürftigen Brüder, Schwestern und Kinder weitergegeben wird. Als Beweis dafür werden Frauen und Kinder oft mit dem Logo des jeweiligen Kanals und mit Bargeld fotografiert. Andererseits wird diese Botschaft dafür verwendet, gegen die Feinde der Jihadisten zu mobilisieren, in diesem Fall v.a. gegen das syrische Regime, gegen

Kurden, und – jedoch seltener – gegen westliche Staaten, die entweder diese Gefängnisse finanziell unterstützen oder ihre Staatsbürger nicht nach Hause holen.

Narrativ #3

Das dritte Narrativ, das regelmäßig in jihadistischen Kanälen zu sehen ist, ist die Darstellung des Jihads als individuelle Pflicht und gleichzeitig als 'cooler' Lebensstil. Dies gilt sowohl für Männer als auch für Frauen. Um diese individuelle Pflicht glaubhaft zu machen, wird primär die globale Verschwörung gegen Muslime (s.o.) verwendet, die gerächt werden soll:

“Die Zeit ist gekommen, sich zu erheben und unseren Propheten zu verteidigen, um Rache zu nehmen. Wähle deine Waffe mit Bedacht, beobachte und studiere dein Ziel, belagere sie und lauere ihnen aus jedem Hinterhalt auf!”

Zusätzlich kommen zahlreiche andere Rechtfertigungen vor. In letzter Zeit gewinnt v.a. das Narrativ an Bedeutung, dass diejenigen, die den Propheten beleidigen, getötet werden müssen. Durch dieses Motiv wird die generelle Vorgehensweise bei Propagandaaktivitäten klar sichtbar: ein gegenwärtiges Ereignis wird parallel zu einer historischen Geschichte geschildert, wodurch die Forderung entsteht, die historische Reaktion nachzuahmen. Das Resultat ist meistens eine Aufforderung zu Gewalt, die aufgrund aktueller Ereignisse als ideologisch bzw. religiös begründet und legitimiert angesehen wird. Im aktuellen Fall kommt im-

mer wieder eine Erzählung vor, in der eine Person auf Befehl des Propheten getötet wird, da sie Muslime beleidigt hat. Daraus folgt, dass die Tötung aller Personen, die den Propheten beleidigen, als "wahrlich verpflichtend" dargestellt wird, auch wenn es sich um einen Muslim handelt. Die Leser- bzw. Zuschauerschaft wird aufgefordert, sich der Karawane anzuschließen, zu töten und getötet zu werden, um andere zu inspirieren. Der Jihad wird aber nicht nur als religiöse Pflicht, sondern auch als ein Abenteuer bzw. als ein cooler, idealer Lebensstil dargestellt.

Die visuelle Begleitung dieser Botschaft ist zentral, um die Opferung des eigenen Lebens überzeugend zu vermitteln. Zu diesem Zweck verbreiten Jihadisten und v.a. die Auslandskämpfer (FTFs; Abk. für foreign terrorist fighters) professionell geschne Videos, die Videospiele bzw. Actionfilme aus Hollywood ähneln, um die Bedeutung und Konsequenzen der Gewalt herunterzuspielen. Das visuelle Material besteht oft aus eigenen Aufnahmen der FTFs, um dadurch ihre eigene Authentizität als Kämpfer zu beweisen. Bei anderen Kanalbetreibern sind dagegen die bekannten Aufnahmen europäischer Terroranschläge (v.a. aus Frankreich) die wichtigsten Mittel, die jedoch erst entsprechend bearbeitet wurden, um eine dramatische Wirkung zu erreichen.

Narrativ #4

Trotz der territorialen Verluste des IS und der stark sinkenden Zahl von Personen, die in den

letzten Jahren aus Europa nach Syrien bzw. Irak ausgewandert sind, gibt es immer noch signifikante Bemühungen, um Muslime für den Hijrah zu mobilisieren. Hier rückt wieder die Rolle der FTFs in den Vordergrund, da diese Personen selbst ausgewandert sind und über die dafür nötige Erfahrung, Kontakte und Fähigkeiten verfügen. Dieses Narrativ setzt sich aus drei Teilen zusammen: (1) Mobilisierung durch die Schilderung des Hijrah als religiöse und moralische Pflicht, (2) Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Beseitigung von Hindernissen und (3) Schilderung von Syrien bzw. Irak als der ideale Ort für Gläubige. Zuerst werden Muslime im Einklang mit den ersten drei Narrativen aufgefordert, aus den Westen nach Syrien (Sham) auszuwandern und den Tod (bzw. Jihad) nicht zu fürchten, da der Märtyrer-Tod immer noch besser sei als ein Leben in Erniedrigung. Dies wird üblicherweise anhand religiöser Zitate und historischer Anekdoten als religiöse Pflicht dargestellt. Solche Erzählungen werden als Kritik an jene Muslime verwendet, die sich dem IS nicht anschließen bzw. diesen nicht unterstützen. Diesen Muslimen wird im Rahmen des 'Wir gegen Sie'-Weltbildes vorgeworfen, dass sie Ungläubige sind, und sich trotz der angeblichen Unterdrückung der Muslime an den westlichen Lebensstil angepasst haben. Kritisiert werden damit jedoch nicht nur europäische Muslime, sondern auch Muslime aus Saudi-Arabien, den Golfstaaten und der Türkei.

"Ohne Unterstützung zu bleiben, ist ein deutlicher Verlust... Und ohne Zärtlichkeit zu bleiben,

ist die große Angst... Und an einem Ort zu bleiben, wo du nicht hingehörst ist der größte Schmerz...”

Nachdem der Hijrah als religiöse Pflicht anhand des ideologischen Gefüges etabliert wurde, folgen detaillierte Anleitungen, die von den Vorbereitungen bis zum Antreffen in Syrien alles erklären. Dieser zweite Teil ist genauso wichtig wie die Mobilisierung selbst, da eine Ausreise nach Syrien derzeit herausfordernd und riskant ist. Die Reise wird nicht nur als Pflicht, sondern auch als persönliche Selbstverwirklichung und als Abenteuer dargestellt, wodurch die Pull-Faktoren verstärkt werden. Als letzter Teil dieses Gerüsts wird Syrien als ein heiliger Ort dargestellt, wo die Scharia herrscht und die Natur rein und intakt ist.

Kanäle, die von deutschen FTFs betrieben werden, dienen jederzeit als Kontaktstelle, die ‘Brüder und Schwestern’ bei der Ausreise helfen können. In diesem Kontext wird häufig das Thema (Cyber-)Sicherheit von jihadistischen Kanälen angesprochen, womit sich sogar eigene Gruppen beschäftigen: “Ein Bruder teilt in einem dafür erstellten Kanal Informationen und Wissen über Internetsicherheit mit Geschwistern. Unter anderem finden sich dort Anleitungen für sichere Kommunikation über das Internet, das Teilen von sensiblen Daten, die Erstellung von kostenlosen Telegram-Nummern und die Verwendung eines VPN bzw. dessen Nutzen.” Eine 54-seitige PDF-Datei gibt “Ratschläge an Brüder, die in den Jihad ziehen: In dieser Abhandlung geht der Bruder auf den

Proviant ein, den der Mujahid für seine lange Reise benötigt und was ihn erwartet. Fernab von jeder Romantik und Träumerei. Diese Schrift dient dazu, den Mujahid weder in den Ghulu fallen zu lassen noch zur Aufgabe aufgrund irgendwelcher Enttäuschungen. Der Weg ist dornig, das Ziel das Paradies.” Ähnliche Anleitungen des IS haben eine wichtige Rolle in mindestens zwei europäischen Anschlägen gespielt.

Narrativ #5

Die fünfte Erzählung, die einen zentralen ideologischen Teil der aktuellen Kommunikationsstrategie darstellt, ist die Differenzierung zwischen Dunya und Jannah, wobei Jannah für wichtiger erachtet wird. Daher sei das Ziel für jeden Gläubigen während bzw. durch den Jihad als Märtyrer zu sterben. Dieses Narrativ dient als Grundlage für fast alle anderen Erzählungen und wird daher viel Aufmerksamkeit geschenkt. Die Differenzierung zwischen dem weltlichen Leben (Diesseits — Dunya) und dem Leben nach dem Tod (Jenseits — Jannah) hat einen zentralen Stellenwert im ideologischen Konstrukt der Jihadisten, da sie damit die hohen Risiken des Hijrah bzw. Jihad herunterspielen können. Der Märtyrertod wird dadurch nicht nur als mögliche Alternative ins Spiel gebracht, sondern sogar als ausdrückliches Ziel.

“Es ist hinlänglich bekannt, dass jeder sterben wird, und so ist es das Ziel des Gläubigen, als Märtyrer für die Sache Allāhs zu sterben, da dies der ehrenwerteste und leichteste aller

Tode ist. Der Schmerz, den der Märtyrer beim Tod empfindet, kommt dem Schmerz eines Mückenstiches gleich. Demzufolge befindet sich derjenige, der annimmt, dass der Märtyrertod ein schwierigerer sei als der Tod im Bett, in Unkenntnis. Nein, wahrlich, der Tod des Märtyrers ist die leichteste, edelste und vorzüglichste Form des Todes. Wer davor flieht, glaubt, dass sich durch seine Flucht hiervor seine Lebensspanne verlängert, doch Allāh hat den Beweis gebracht, dass diese Mutmaßung falsch ist.“

Die visuelle Darstellung dieses Narratives besteht meistens aus Bildern von Leichen — häufig nach einem Drohnenangriff — mit der Botschaft, dass der Tod jeden unerwartet und jederzeit treffen kann, weshalb es besser sei, als Märtyrer zu sterben.

Fazit und Handlungsempfehlungen

Mit dem Niedergang des Kalifats hat sich ein Großteil der Jihad-Aktivitäten des IS ins Internet verlagert. Auch das Projekt des Kalifats selbst entfernt sich langsam von der Realität eines „Staates“ und bekommt den Charakter einer Utopie. Das führt dazu, dass im Kontext der gesamten IS-Propaganda die Aktivitäten von Sympathisanten in Europa ein größeres Gewicht bekommen, auch wenn sich FTFs weiterhin vor Ort in Syrien und im Irak befinden. Das heißt auch, dass die Ereignisse in Europa und die Debatten, die hier geführt werden, stärker von der IS-Propaganda aufgegriffen werden.

Gleichzeitig wird weiterhin Überzeugungsarbeit zum Zweck der Auswanderung und des Aufbaus des utopischen Staates geleistet. Die katastrophalen Zustände in den Gefangenenlagern werden zur Mobilisierung von Kämpfern instrumentalisiert. Zudem gelten sie als Beweis dafür, dass das Projekt des Kalifats weiterhin lebt, was wiederum an die nächste Generation vermittelt wird. Aus diesem Kontext ergeben sich folgende Handlungsempfehlungen:

- Die Antiterrorpolitik muss sich vor allem auf den Online-Bereich konzentrieren. Angesichts der Anpassungsfähigkeit jihadistischer Akteure ist das Sperren von Online-Konten bzw. Kanälen nicht ausreichend – auch hinsichtlich der Tatsache, dass Ideologien weder besiegt noch „gelöscht“ werden können. Daher müssen Gegen- und alternative Narrative Teil der Antiterrorpolitik im Online-Bereich sein.
- Für die Situation in den Gefangenenlagern in Syrien muss eine Lösung gefunden werden, da diese einerseits eine Brutstätte für weitere Radikalisierungsprozesse sind, andererseits erfolgreich von der jihadistischen Propaganda instrumentalisiert werden.
- Die innen- und außenpolitischen Handlungen Europas und einzelner europäischer Länder müssen genau

abgewogen und besser nach außen präsentiert werden. Undifferenzierte Aussagen wie „der Islam befindet sich überall auf der Welt in einer Krise“ liefern Material für die terroristische

Propaganda. Zudem stellen sie erhebliche Hindernisse für die internationale Zusammenarbeit im Kampf gegen den Terrorismus dar.